

福井大学地域環境研究教育センター研究紀要
「日本海地域の自然と環境」
No. 11, 107-113, 2004

福井市およびその周辺に在住する高齢者の 既製衣料購入に関する現状と課題

Survey on the Purchase of Ready-made Clothes for the Elderly People
Living in and around Fukui City

玉村 美香*

服部由美子**

(福井大学教育地域学部生活科学教育講座)

1. はじめに

近年、日本は急速に高齢化が進み、総務省の推計（2004年9月15日現在）では65歳以上の人口が総人口に占める割合は19.5%（前年19.0%）となり、5人に1人は高齢者である。また、福井県は日本における「長寿県」で、5年ごとに厚生労働省から発表されている都道府県別生命表によると2000年度の平均寿命は男女とも全国第2位にランクされている。人々が満足できる社会を築くためには、高齢者に対する理解を深め、共に協力していくことが重要になると思われる。

最近の高齢者は外見の若々しい人が多く、何不自由なく元気に暮らしているように思いがちであるが、加齢とともに心身の機能の低下が著しくなり、厚生労働省の調査によると外出をすることに影響が出てしまう高齢者が多いことも認められている^{1) 2)}。

衣・食・住は、人間が健やかに生活を営んでいくうえで必要なものであるが、特に「衣」は他の動物にはなく人間だけに存在する要素であり、一人ひとり個人単位でほぼ一日中何らかの形で衣類を身につけている。衣類の入手方法は、かつては個人を対象に手作りまたは注文服が主流を占めていたが、現在では不特定多数の人を対象に製作された既製衣料が普及し、それを選択購入し、着用しているのが現状である。高齢になり若い頃に比べ体が思うように動かなくなると、既製衣料を購入する際に不都合が生じることも考えられる。

これまで高齢者の衣生活に関する研究は多方面から行われ、家事労働に関する研究^{3)~5)}、衣生活行動に関する研究^{6) 7)}、衣服設計に関する研究^{8)~10)}、おしゃれに関する研究^{11)~13)}、衣服着装に関する研究^{14) 15)}、身体機能の変化に関する研究^{16) 17)}、その他様々な研究^{18)~20)}がみられる。しかし、既製衣料の入手方法に関して購入場所や、その見つけやすさなどを調査している研究は少ない²¹⁾。高齢者が自分に似合った服あるいは着てみたい服を見つけるために、買い物を楽しむことができる環境も必要である。

本研究では、福井市およびその周辺に在住し、自立した生活を営んでいる65歳以上の高齢者を対象に衣生活の面から生活の実態を把握する調査を行っているが、本報では既製衣料の購入に関する現状と課題を報告する。

キーワード：高齢者，既製衣料，購入，福井市周辺

* Mika Tamamura (Department of Human Ecology and technology Education, Faculty of Education and Regional Studies, University of Fukui, Fukui, 910-8507)

** Yumiko Hattori (Department of Human Ecology and technology Education, Faculty of Education and Regional Studies, University of Fukui, Fukui, 910-8507)

2. 調査概要

2. 1 調査対象者

調査対象者は、介護を必要としない、自立して生活を営んでいる65歳以上の男性30名、女性44名、計74名、61世帯である。調査対象者の属性を表1に示す。

年齢層は、男性では70歳以上が全体の80%以上を占め、70歳代後半が最も多い。これに対して、女性では60歳代後半と70歳代前半が多く、約70%を占めている。

家族構成はどの年齢層でも核家族または拡大家族であるが、半数以上が拡大家族である。今回の調査では一人暮らしは少ない。

職業は、60歳代後半では60%以上が有職者であるが、70歳以上になると半数以上無職である。

表1 調査対象者の属性

(単位：人)

| 項 目 | | 男 性 | | | | | 女 性 | | | | |
|------|---------|--------|--------|--------|------|-----|--------|--------|--------|------|-----|
| | | 65～69歳 | 70～74歳 | 75～79歳 | 80歳～ | 合 計 | 65～69歳 | 70～74歳 | 75～79歳 | 80歳～ | 合 計 |
| 家族構成 | 一人暮らし | | 1 | | | 1 | | 1 | | | 1 |
| | 核家族 | 2 | 1 | 4 | 4 | 11 | 2 | 6 | 3 | 4 | 15 |
| | 拡大家族 | 1 | 4 | 7 | 3 | 15 | 9 | 10 | 4 | 3 | 26 |
| | その他 | | | | 1 | 1 | | | | | |
| | 回答なし | 1 | | | 1 | 2 | | 2 | | | 2 |
| 職 業 | 農林水産業 | 1 | | 4 | | 5 | 4 | 3 | | 1 | 8 |
| | 自営業 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 3 | 1 | | 1 | 5 |
| | 会社員・公務員 | | | | | | | | 1 | | 1 |
| | 無職 | 1 | 5 | 6 | 8 | 20 | 4 | 13 | 4 | 5 | 26 |
| | 回答なし | | | | | | | 2 | 2 | | 4 |
| 合 計 | | 4 | 6 | 11 | 9 | 30 | 11 | 19 | 7 | 7 | 44 |

2. 2 調査内容

既製衣料購入の実態を把握するために、「衣類を選ぶ人」「既製衣料購入時に重視する項目」を明らかにしたうえで、「既製衣料の購入場所」、「既製衣料の見つけやすさ」、高齢者専用の衣料を販売しているシルバーコーナーについて「シルバーコーナーの利用状況」を質問した。また、衣生活に関して困難に感じていることや改善して欲しいこと等の意見・要望を自由に書くことができるように自由記述欄を設けた。

2. 3 調査方法

本学学生に質問用紙を配布し、その祖父母などにアンケートを依頼した。質問用紙は、平成15年10月6日～平成15年11月27日に配布し、一ヶ月以内に回収した。

3. 調査結果

3. 1 既製衣料の利用状況

(1) 衣類を選ぶ人

「あなたが着る衣類は誰が選びますか」に対する回答を、表2に示す。複数回答で求めている。

男性では「自分で選ぶ」という回答は全体の半数程度みられる一方、完全に任せてしまう人、特に配偶者に任せる人がどの年齢層でもみられる。これに対して、女性では年齢や職業の有無に関係なく「自分で選ぶ」と回答する人が多く、全体の約90%を占めている。女性の場合「配偶者」と回答しているのは、80歳以上の一名だけである。

年齢別にみると、60歳代後半の男性では「配偶者が選ぶ」と回答する人が多いが、70歳代では「自分で選ぶ」と回答する人が半数以上みられる。有職者は「配偶者」に選んでもらう傾向があることに

関係していると思われる。60歳代後半では75%の人が有職者であるため「配偶者」に依存する傾向があり、70歳代では無職の人が多く時間に余裕ができるため、衣類を自分で選ぶ人が多くなると考えられる。

しかし、80歳以上の高齢になると、男女とも「自分で選ぶ」よりも家族や配偶者に依存する傾向がある。

表2 衣類を選ぶ人

(単位：人)

| 性別 | 年齢 | 自分 | 配偶者 | 家族 | 家族と一緒に | その他 | 回答なし | 合計 |
|----|--------|----|-----|----|--------|-----|------|----|
| 男性 | 65～69歳 | | 2 | | | | 2 | 4 |
| | 70～74歳 | 4 | 1 | 1 | | | | 6 |
| | 75～79歳 | 6 | 4 | 1 | | | | 11 |
| | 80歳～ | 3 | 2 | 2 | 1 | | 1 | 9 |
| | 合 計 | 13 | 9 | 4 | 1 | | 3 | 30 |
| 女性 | 65～69歳 | 11 | | | | | | 11 |
| | 70～74歳 | 16 | | | 2 | | 1 | 19 |
| | 75～79歳 | 7 | | | | | | 7 |
| | 80歳～ | 5 | 1 | | | 1 | | 7 |
| | 合 計 | 39 | 1 | | 2 | 1 | 1 | 44 |

(2) 既製衣料購入時に重視する項目

既製衣料を品目により「靴下・下着」「ブラウス・ワイシャツ」「セーター・カーディガン」「ジャケット・コート」「スカート・ズボン」に5分類し、既製衣料を購入する際に重視する項目に対する回答を%で表3に示す。複数回答で求めている。

いずれの衣料においても、男女、年齢に関係なく既製衣料購入時に「サイズ」を重視している人が多いことが認められる。自立した生活を送っているとはいえ、老化による体形の変化が著しい高齢者にとって「サイズ」は重要であることを示唆している。次いで「価格」「材質」があげられ、女性では「靴下・下着」を除いて「デザイン」も重視される傾向を示している。「品質表示」は、特に男性ではどの品目においても重視する人は少ない。また、男性では「セーター・カーディガン」「ジャケット・コート」において40%近い人が「デザイン」を重視していることから、外衣については“おしゃれ”に気を使う人も比較的多いことがうかがえる。

「靴下・下着」において重視される項目は、男女とも全体の80%以上の人が「サイズ」、次いで70

表3 既製衣料購入時に重視する項目

(単位：%)

| 性別 | 品 目 | 価 格 | 品質表示 | サイズ | 材 質 | デザイン | その他 |
|----|-------------|------|------|------|------|------|-----|
| 男性 | 靴下・下着 | 50.0 | 23.3 | 80.0 | 40.0 | 13.3 | 3.3 |
| | ブラウス・ワイシャツ | 50.0 | 26.7 | 76.7 | 36.7 | 20.0 | |
| | セーター・カーディガン | 46.7 | 20.0 | 66.7 | 43.3 | 36.7 | |
| | ジャケット・コート | 46.7 | 16.7 | 70.0 | 36.7 | 36.7 | 3.3 |
| | スカート・ズボン | 40.0 | 23.3 | 70.0 | 36.7 | 26.7 | 3.3 |
| 女性 | 靴下・下着 | 40.9 | 40.9 | 81.8 | 50.0 | 22.7 | |
| | ブラウス・ワイシャツ | 40.9 | 31.8 | 79.5 | 34.1 | 56.8 | |
| | セーター・カーディガン | 47.7 | 43.2 | 77.3 | 47.7 | 59.1 | |
| | ジャケット・コート | 47.7 | 40.9 | 75.0 | 50.0 | 52.3 | |
| | スカート・ズボン | 45.5 | 34.1 | 81.8 | 45.5 | 43.2 | |

歳代以上の男性では「価格」、女性では「材質」があげられる。靴下や下着類は外衣に覆われていて露出することがほとんどなく、人に見られる機会があまりないため、「デザイン」はあまり重視されないと考える。

「ブラウス・ワイシャツ」において重視される項目は、男女とも全体の75%以上の人が「サイズ」、次いで男性では「価格」、女性では「デザイン」である。「靴下・下着」に比べて「デザイン」を重視する人が男女ともに多く、特に女性では半数以上になっているのが特徴的である。女性が主に着用するブラウスはデザインの凝ったものが豊富に売られている一方、男性が主に着用するワイシャツは衿やカフスなどに流行がみられるもののブラウスに比べデザインは限定されているため、男性では「デザイン」を気にしている人は少ないと考える。

「セーター・カーディガン」では、「サイズ」の他に「価格」「材質」を重視する人も多い。「デザイン」は、「ブラウス・ワイシャツ」と比較すると男女とも重視する人が多く、特に男性に重視する人が増えている。「ブラウス・ワイシャツ」に比べ「セーター・カーディガン」は家庭でくつろぐ場合や、職場などあらたまった場所以外で日常着として着る機会が多く、下着の上に着用するものであるのに加え、デザインの豊富なものが多く売られているためと思われる。しかし、女性は60%近くの人が「デザイン」を気にしているのに比べ、男性は40%弱にすぎない。

「ジャケット・コート」は最外層として着用する衣類であるため、女性では「材質」および「デザイン」を重視する人が多い。

「スカート・ズボン」において重視される項目も、男女とも「サイズ」であるが、他の外衣に比べ「デザイン」を重視する人が男女ともに少ないことに注目される。高齢者は、スカートやズボンなどの下衣よりもブラウスやセーター等の上衣のおしゃれに気を配っていると考えられる。

3. 2 既製衣料の購入場所

「あなたが着る衣類はどこで購入していますか」という質問に対する回答を、「衣料品店」「デパート」「ショッピングセンター」「通信販売」について表4に示す。複数回答で求めている。

「衣料品店」あるいは「ショッピングセンター」を利用している人が多く、特に男性では「ショッピングセンター」、女性では「衣料品店」が多くみられる。通信販売を利用している人は、若い年齢層の女性に比較的多くみられるが、あまり利用されていない。

百貨店（デパート）の利用は全体的に少なく、男性は70歳代後半からデパートを利用する人が多くなる傾向を示している。このことは、福井県内には百貨店（デパート）が1店しかないことも考えられる。また、福井県では自家用車の保有率が高く、公共交通機関はあまり充実していないため、駐車場の完備された郊外のショッピングセンターの方が買い物には利用しやすいことも考えられる。この

表4 既製衣料の購入場所

(単位: %)

| 性別 | 年齢 | 衣料品店 | デパート | ショッピングセンター | 通信販売 | 回答なし |
|----|--------|------|------|------------|------|------|
| 男性 | 65～69歳 | 50.0 | | 75.0 | | 25.0 |
| | 70～74歳 | 50.0 | | 50.0 | | 16.7 |
| | 75～79歳 | 54.5 | 27.3 | 81.8 | 9.1 | |
| | 80歳～ | 66.7 | 44.4 | 66.7 | | |
| 女性 | 65～69歳 | 81.8 | 27.3 | 54.5 | 18.2 | |
| | 70～74歳 | 78.9 | 10.5 | 63.2 | 15.8 | 5.3 |
| | 75～79歳 | 42.9 | | 85.7 | | 14.3 |
| | 80歳～ | 71.4 | 57.1 | 28.6 | | 14.3 |

点については、他の地域と比較することもあると思われる。

デパートやショッピングセンターなどでは、一つの建物のなかにいくつもの売り場があり、その中から自分の欲しい衣料がなかなか見つからない場合には、高齢者にとって心身への負担も大きくなることが予想される。「既製衣料の売られている場所を見つけやすいかどうか」という質問に対する回答を、表5に示す。

表5 既製衣料のを見つけやすさ

(単位： %)

| | 男性 | 女性 | 全体 |
|--------|-------|-------|-------|
| 見つけやすい | 12.5 | 11.4 | 11.9 |
| 普通 | 54.2 | 57.1 | 55.9 |
| 見つけにくい | 25.0 | 28.6 | 27.1 |
| その他 | 8.3 | 2.9 | 5.1 |
| 合計 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

「見つけにくい」という回答が30%近くある。「普通」は50%以上を示していることから、高齢者の半数以上はデパート等での既製衣料の購入に対して負担を感じていないようである。しかし、「見つけやすい」という回答は全体の10%程度であり、また年齢が上がるにつれて負担を感じる人は多くなる傾向を示している。

売り場に対する改善点として「エレベーターやエスカレーターの近くに売り場があって欲しい」、「売り場への経路を表す矢印等をもっと分かりやすくして欲しい」、「売り場を下階にして欲しい」などの要望があげられていることから、既製衣料だけではなく商品全般にかかわることではあるが、高齢社会に対応してデパート等における衣料品売り場への配慮が必要ではないかと考える。

3. 3 シルバーコーナーの利用状況

高齢者専用の衣料品売り場として「シルバーコーナー」があるが、その利用状況を「下着」と「外衣」について図1に示す。

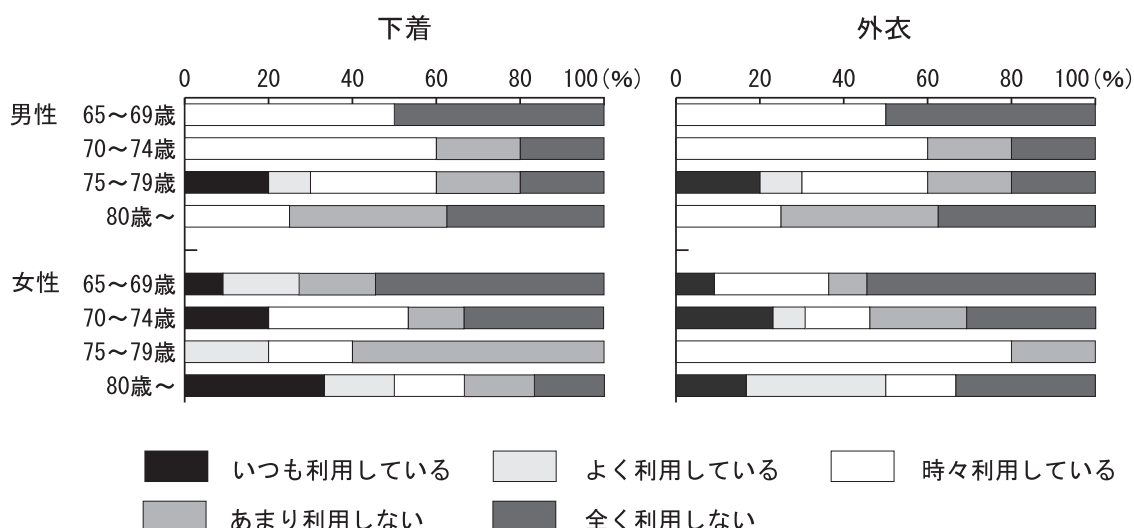


図1 シルバーコーナーの利用状況

「下着」「外衣」とともに、全体的に男性も女性もシルバーコーナーを頻繁に利用する人は少なく、「いつも利用している」「よく利用している」は男性では約10%、女性では約20%である。一方、「あまり利用しない」「全く利用しない」は男女とも40%前後になる。男女ともに外衣を購入する際にシルバーコーナーを頻繁に利用する人は少ない。

年齢別にみると、男性は70歳代後半を除いていずれの年齢層でも「いつも利用している」または「よく利用している」と回答する人は認められない。女性は60歳代後半の若い年齢層では「全く利用しない」という回答が半数以上を占め、年齢が上がるにつれて「いつも利用する」および「よく利用する」は増加する傾向を示している。

シルバーコーナーを利用する理由として、「サイズに合うものが見つかる」、「売り場に入りやすい」という回答が得られている。一方、シルバーコーナーを利用しない理由として「デザイン・材質が合わない」ということがある。高齢者の体形は個人差が大きく、量産に合わないマイナス要素が多く、デパート等からシルバーコーナーは次々と姿を消しているという報告もある¹¹⁾。また、いつまでも若々しくありたいという理由からシルバーコーナーを利用しない人も少なくないようである。

4. おわりに

高齢者が既製衣料を購入する場合、ほとんどの女性は自分で選ぶのに対して、男性は時間的に余裕ができると自分で選ぶ傾向はあるが、配偶者に依存する人が多くみられる。このように、男性は女性よりも装うことに対して消極的であり、家事労働も含めた衣生活全般のことに対して参加意識が低いことがうかがえる。高齢男性も、高齢女性の負担を理解した上で衣生活に興味関心を持つことにより、自立した生活者としての力をつけるだけでなく、新たな生きる楽しみが生まれることも考えられる。

また、最近の高齢者は若々しくておしゃれな人が多く、「老人だと思われたくない」「気に入ったデザインがない」などの理由から、若者向けの衣料の中から気に入るものを探すわけであるが、デザインは気に入ってもサイズの合わないことが多いのが現状である。そして、周りの目が気になる等の理由から、おしゃれを楽しめない高齢者も多いと思われる。

高齢化が進むにつれて、高齢者向けの衣料を求める人が増えることは予想されるため、性別や年齢に関係なく誰でもおしゃれを楽しめる「ユニバーサルデザイン」「ユニバーサルファッション」の衣料の普及と、サイズやデザインの豊富な衣料が置かれるコーナーを設けることなどが既製衣料購入に際して望まれるであろう。

今回は調査対象者数が少ないため、必ずしも正確な結果が得られたとはいえないが、高齢者にとって住みやすい社会づくりをするためには、高齢者が既製衣料の選択購入を楽しむことのできる環境づくりも必要ではないかと考える。

謝辞

本研究を進めるにあたり、アンケート調査にご協力くださいました皆様に厚く御礼申し上げます。

文献

- 1) 厚生労働省, 2001, 国民生活基礎調査
- 2) 内閣府, 2001, 高齢者の健康に関する意識調査
- 3) 桜井由美子, 2000. 6, シニアライフを快適に一住まいと家事, 198のアイデア集, 一橋出版株式会社
- 4) 総務庁, 2001, 高齢者の日常生活に関する意識調査
- 5) 三浦文夫, 2002, 図説高齢者白書, 社会福祉法人全国社会福祉協議会
- 6) 岡田宣子, 2000, 高齢者の衣生活行動の現状と要望点—被服の調達と選択行動を中心として, 日本家政学会誌, Vol. 51, No. 7, 423
- 7) 庄山茂子, 栃原裕, 2002, 高齢女性の被服行動に関する研究—長崎・福岡における女子学生との比較, 日本生理

- 人類学会誌, Vol.7, No.1, p33
- 8) 芦沢晶子, 三沢幸江, 1992, 高齢者の衣服設計に有用な歩行体型の分類, 日本衣服学会誌, 第36巻, 第1号, p55
 - 9) 渡邊敬子, 松山容子, 古松弥生, 2000, 高齢女性用衣服設計のための体幹上部立体形状の3次元解析, 日本家政学会誌, Vol.51, No.11, 427
 - 10) 渡邊敬子, 松山容子, 古松弥生, 2001, 高齢女性用上衣設計を目的とした体幹上部体表展開図の解析, 日本家政学会誌, Vol.52, No.10, 438
 - 11) 小澤洋子, 1991, 装いは生きるよろこびーハンディキャップをもつ人の衣服とオシャレ, 中央法規出版株式会社
 - 12) 小澤洋子, 2001, こんなおしゃれがしたかったー高齢者・障害者のよそおい, 一橋出版株式会社
 - 13) 岩波君代, 2003, 高齢者の衣服のおしゃれと機能性, 繊維学会誌, 第59号, 第4号, 101
 - 14) 中橋美智子, 森悦子, 1994, 高齢者の衣服に関する研究ー体力・手指の巧緻性と衣服着装との関係, 日本衣服学会誌, 第38巻, 第1号, 17
 - 15) 伊地知美和子, 小林茂雄, 2003, 日本と日系アメリカの高齢女性の着装意識と実態の把握, 日本家政学会誌, Vol.54, No.5, 457
 - 16) 岡田宣子, 2001, 各年齢男女の衣生活行動, 日本家政学会誌, Vol.52, No.7, 435
 - 17) 岡田宣子, 2000, 高齢者の加齢に伴い生じる身体機能の変化と被服に求められる要件, 日本家政学会誌, Vol.51, No.9, 425
 - 18) 露木たまみ, 中橋美智子, 1996, 高齢者の衣生活(家庭者)に関する実態調査ー小田原地区における, 日本衣服学会誌, 第40巻, 第1号, 55
 - 19) 宇都宮由佳, 滝山桂子, 益本仁雄, 2001, 高齢社会をふまえた主要家電製品の問題点ー問題点の世代差に着目して, 日本家政学会誌, Vol.52, No.11, 439
 - 20) 小野栄一, 2003, 高齢者・身障者の衣料から個人対応衣服までー新しいモノ作りの夜明け, 繊維学会誌, 第59巻, 第4号, 110
 - 21) 小山京子, 衣服着装に関する高齢女性の意識
<http://www.mimasaka.ac.jp/intro/bulletin/1998/koyama/>